编辑在数字教材出版中的角色探索

摘　要：随着出版业从纸质出版向数字出版的转型，出版环境正趋向数字化、网络化。教材出版也不例外，很多教材出版社都在尝试对教材资源进行数字出版的探索与实践。随着出版界对数字出版认识的不断清晰，业内普遍认同的一点是，纸质印刷教材和数字教材仅仅是出版介质的差异，出版内容本身并没有发生变化。这就意味着在数字出版环境下，编辑工作仍然是出版的核心工作。但是编辑也必须在新的出版形势下转变观念，积极探索，重新定位和适应自身角色，并在这一角色的探索过程中运用新的编辑方式、方法去推动出版业的转型发展。

关键词：编辑；教材出版
中图分类号：G232　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）12-077-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.02.018

■文 / 黄秀明

笔者认为，数字出版环境下各出版企业之间的竞争不仅是资源的竞争、技术的竞争，还是优秀编辑人才的竞争。新型的编辑人才既要了解读者阅读的需求，又能驾驭图书内容，还要通晓呈现技术。那么作为一名普通编辑如何实现从传统编辑向数字编辑的转变，在数字教材出版中编辑应该担任什么样的角色，是身处出版业转型发展时期的编辑需要面对和思考的问题。

1. 数字教材的设计者

传媒创意人杰夫·诺顿曾说“编辑的作用不仅仅在于将一部手稿从印刷单页组合成一部成型的图书（或者数字文档），还在于同作者一道，共同将一部作品中核心的创造性优势挖掘出来，将该作品最好的一面固定在书页上。”数字出版时代，传统的平面、单一的内容呈现方式向交互、立体、跨媒体的呈现形式转变。这要求编辑充分调动各种资源完成教材的设计工作。编辑在与作者沟通的过程中，运用数字出版相关知识和经验，协调作者选择更适用于数字阅读时代的教材呈现方式；运用出版社自身资源，分析市场前景，确定更适合学生学习的章节体例和内容及结构；在编辑加工中结合数字教材特点，完成多种媒体的融合设计，在数字教材的出版中承担起教材设计的任务。

2. 数字教材出版的组织者

编辑要了解和适应数字化出版的流程，把工作模式和流程的优势转移到数字出版的新流程中，使编辑的工作与数字化出版的新环境对接。数字教材的出版流程与传统纸质教材出版流程有相似性，也有所不同。数字教材的责任编辑不仅是一本书的责任编辑，也是一个数字出版项目的负责人。从选题立项、数字教材的设计、编辑加工到选题实现，编辑要遵循完备、合理的数字出版流程。出版社根据本社业务特点总结全媒体数字教材出版经验，制定符合本社业务情况的流程制度，责任编辑担任起项目组负责人，完成所负责教材的流程跟进、各部门和具体人员的调配等出版组织工作。与此同时，编辑应关注纸质媒体、电子媒体和网络媒体的融合，结合各种媒体的优势，发挥组织和协调的作用。

3. 资源整合的推动者

编辑通过对作者资源、产品资源、渠道资源、读者资源等资源的优化组合，充分利用自身的编辑优势，调动各类资源优势，实现资源的最有效配置，提高产品的品质和价值。

以中央广播电视大学出版社的全媒体数字学习包为例，在“互联网＋教育”的背景下，在线教育已成为教育行业发展的新趋势，此谓天时；国家开放大学是国内最早开展远程教育、线上教育的践行者之一，近年来国家开放大学将教学改革的重点聚焦于在线课程改革上，推出了网络核心课程、微课程等课程资源，作为为国家开放大学提供教学资源支持服务的出版社，中央广播电视大学出版社也在不断尝试和创新数字教材，并且拥有出版社学习资源服务平台和 APP 客户端，此谓地利；具有成熟的作者队伍、有市场眼光的决策者、具有多年经验且优秀的编辑和技术人员以及广大的读者群，此谓人和。在天时、地利、人和的环境下，全媒体学习资源包是编辑将各类内容有机整合的成果，也是一次很好的资源整合实践。

4. 新技术的实践者

中央广播电视大学出版社编辑中心的编辑队伍是一个学习型团队，编辑中心定期组织业务培训和工作经验分享，并且鼓励编辑进行科研和技术研究。由于中央广播电视大学出

版社全部实行数字化编辑加工，编辑能够适应不断更新的技术发展，同时也会在工作中总结经验，甚至会根据需要对技术提出更多需求或挖掘更多的工具功能。数字教材的出版需要依托于技术，也正是科学技术的不断更新发展，促使出版业加快了数字转型的脚步。面对新闻出版行业特别是教育出版领域数字化竞争的新挑战，出版社科学设置机构，合理配备了一支能力强、学历高、专业精的队伍，为数字出版业务服务。一本教材的出版不仅需要技术支持，在内容上更是离不开编辑的，需要编辑具备足够的技术能力来参与和完成。因此，编辑是数字出版技术的实现者，具体体现在以下两个方面。

4.1 对图书的各种数字形式的认知和接受

数字出版由于其技术和形式上的灵活性，体现在其立体化、多样化，甚至是个性化。教材出版也是如此，教材不仅要实现内容数字化的要求，同时也要满足数字阅读时代学生对图书及时性、便捷性等更多方面的学习需求。因此，编辑要革新观念，了解和熟知各种不断出现的新形式，以更好地为国家开放大学人才培养、社会教育服务和各类社会成员的终身学习提供数字化学习资源。

4.2 未来图书出版市场将不断产生新的平台、新的媒介

教材不仅仅是图书，更是一种学习服务。编辑要学习数字化出版相关新技术，同时也要了解数字出版相关政策、行业动态和技术发展，适应未来涌现的新的出版活动。2016 年 5 月，中央广播电视大学出版社编辑中心半数以上编辑参加了北京数字出版编辑资格考试，全面做好参与数字出版的行动准备。数字出版时代，掌握数字出版新技术是编辑一项必不可少的基本技能。

数字教材出版中，编辑有以上几种不同的角色，每一种身份都要求编辑在数字出版发展变化的大环境下不断适应和探索。在中央广播电视大学出版社的全媒体学习资源包的建设出版过程中，编辑在流程中适应，在细节中体会，学会用不同身份的不同视角去理解和参与数字出版。

数字教材的发展经历了资源数字化、学习内容多媒体呈现的阶段，现在已进入教育资源平台化阶段，借助互联网和日益普及的移动终端设备，以数字教材和教学应用为载体，为教师和学生搭建起数字化学习空间，“移动终端 + 教育内容 + 服务平台”是其三大核心要素。

2016 年 8 月中央广播电视大学出版社出版了 10 种全媒体学习资源包。全媒体学习资源包是对出版内容与技术应用融合的尝试，也是编辑参与全媒体教材出版的探索实践。全媒体学习资源包是中央广播电视大学出版社根据国家开放大学教学改革和发展的需要，顺应远程教育和数字出版的发展趋势，结合中央广播电视大学出版社的优势特色研发的新型教学资源。学习包集图、文、声、像、画等多种形式，数字纸质媒介相结合，能够给远程学习者提供全新的学习体验，满足不同学习者的学习需求。

全媒体学习资源包的策划出版，编辑中心有十几位编辑参与其中，并根据各自不同的分工、不同的教材特点完成不同的工作。此处仅以数字教材制作过程中，编辑所承担的工作为例。编辑必须从学生需求出发，通过市场调研、数据分析，遴选符合制作全媒体教材条件的选题，并从结构、内容、表现方式等入手，进行创意构思。从合同的签订到与作者沟通洽谈，保证数字教材内容丰富、素材完备，并与纸质教材相符。对数字产品生产流程的其他相关环节，如需求分析、设计实现、试读测试等进行整体设计和监控。还要在后续发行中发挥组织和协调作用。编辑在制定选题之后，必须把成熟的决策分解成个别相关部门的行动，推动、组织作者进行创作，协调各方面的工作，保证全媒体学习资源包出版的各个环节有序进行。

中央广播电视大学出版社学习资源包在出版过程中遇到过各样的问题，在解决问题的同时，既总结了经验，也锻炼了编辑在数字出版中的业务能力。与此同时，学习包制作团队统计和分析了全媒体数字学习包的销售情况、学生使用效果及后续其他市场反馈。2017 年，中央广播电视大学出版社计划推出百种左右全媒体数字教材，编辑中心编辑计划全部参与全媒体数字教材的出版工作，促进中央广播电视大学出版社编辑在数字出版中的角色转型。

随着数字出版的蓬勃发展，教材出版的形式和渠道都在发生改变，数字教材使更加丰富的音频、视频和图文内容得以呈现，不断优化的技术得以应用，对数字平台的打造更加注重，读者的学习方式和阅读体验更加多元。编辑应依据自身的优势，通过数字环境下编辑流程的再造，向移动终端、网络等新媒体领域发展，在传统出版与新媒体的整合中华丽转身。媒

（**作者单位：**中央广播电视大学出版社）